

# **PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *PRICE PERCEPTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *PURCHASE DECISION SKINCARE* RAMAH LINGKUNGAN**

**IRMA SULASTRI**



**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## @Hak cipta milik IPB University

### Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Green Product* dan *Price Perception* melalui *Perceived Value* terhadap *Purchase Decision Skincare* Ramah Lingkungan” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Irma Sulastri  
H2401221012

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## @Hak cipta milik IPB University

### Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

IRMA SULASTRI. Pengaruh *Green Product* dan *Price Perception* melalui *Perceived Value* terhadap *Purchase Decision Skincare* Ramah Lingkungan. Dibimbing oleh HARDIANA WIDYASTUTI.

Kesadaran masyarakat terhadap isu lingkungan mendorong penggunaan *skincare* ramah lingkungan. Keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh *green product*, tetapi juga persepsi harga dan nilai yang dirasakan konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *green product* dan *price perception* terhadap *purchase decision* melalui *perceived value* sebagai variabel mediasi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *purposive sampling* terhadap 200 responden Generasi Z pengguna *skincare* ramah lingkungan di Jabodetabek. Data diperoleh melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan SEM-PLS dengan SmartPLS 4. Hasil penelitian mengindikasikan bahwa *green product* dan *price perception* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value* serta *purchase decision*. *Perceived value* memediasi pengaruh *price perception*, tetapi tidak memediasi pengaruh *green product* terhadap *purchase decision*. Implikasi manajerial disusun menggunakan *Blue Ocean Strategy* melalui penguatan manfaat produk dan penetapan harga yang sesuai untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Generasi Z, nilai konsumen, persepsi konsumen, perilaku pembelian, produk berkelanjutan

## ABSTRACT

IRMA SULASTRI. The Influence of Green Product and Price Perception through Perceived Value on Purchase Decision of Environmentally Friendly Skincare. Supervised by HARDIANA WIDYASTUTI.

Public awareness of environmental issues encourages the use of eco-friendly skincare. Purchasing decisions are influenced not only by green products, but also by consumers' perceptions of price and perceived value. This study aims to analyze the influence of green products and price perception on purchase decisions through perceived value as a mediating variable. The study used a quantitative approach with purposive sampling of 200 Generation Z respondents who use eco-friendly skincare in Greater Jakarta. Data were collected through an online questionnaire and analyzed using SEM-PLS with SmartPLS 4. The results showed that green products and price perception had a positive and significant effect on perceived value and purchase decisions. Perceived value mediated the effect of price perception, but did not mediate the effect of green products on purchase decisions. Managerial implications are formulated using the Blue Ocean Strategy by strengthening product benefits and setting appropriate prices to improve consumer purchasing decisions.

Keywords: buying behavior, consumer perception, consumer value, Generation Z, sustainable products



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

# **PENGARUH *GREEN PRODUCT* DAN *PRICE PERCEPTION* MELALUI *PERCEIVED VALUE* TERHADAP *PURCHASE DECISION SKINCARE* RAMAH LINGKUNGAN**

**IRMA SULASTRI**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi pada  
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2026**



*@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec,  
2. Andita Sayekti, S.T.P., M.Sc.

Judul Skripsi : Pengaruh *Green Product* dan *Price Perception* melalui *Perceived Value* terhadap *Purchase Decision Skincare* Ramah Lingkungan

Nama : Irma Sulastri

NIM : H2401221012

Disetujui oleh

Pembimbing:

Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:

Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.

NIP 197812132006041001



Tanggal Ujian: 13 Juli 2026

Tanggal Lulus:



## @Hak cipta milik IPB University

### Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Juli 2026 ini adalah *marketing*, dengan judul “Pengaruh *Green Product* dan *Price Perception* melalui *Perceived Value* terhadap *Purchase Decision Skincare* Ramah Lingkungan”.

Penyusunan karya ilmiah ini merupakan proses yang penuh pembelajaran bagi penulis. Berbagai tantangan, keterbatasan, dan dinamika yang dihadapi selama masa perkuliahan hingga penyelesaian penelitian menjadi pengalaman berharga yang membentuk ketekunan, kesabaran, dan rasa syukur. Penulis menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan karya ilmiah ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, doa, serta kebaikan dari berbagai pihak.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, perhatian, dan motivasi selama proses penyusunan karya ilmiah ini. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak Dr. Alim Setiawan Slamet, S.T.P., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik, Ibu Rindang Matoati, S.E., M.Sc. selaku moderator seminar hasil, serta Prof. Dr. Ir. Ma'mun Sarma, M.S., M.Ec, dan ibu Andita Sayekti, S.T.P., M.Sc. selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan masukan yang sangat berharga demi penyempurnaan karya ilmiah ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tulus penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Sarkosih dan Ibu Aas, serta saudara-saudara penulis, Odis, Anang, dan Hodijah, atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Karya ilmiah ini merupakan persembahan sederhana yang tidak akan pernah sebanding dengan cinta dan perjuangan yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada keluarga besar Pondok Inspirasi yang telah menjadi rumah kedua sekaligus tempat bertumbuh, serta kepada sahabat dan teman-teman terdekat: Syarla, Muti, Cansa, Herna, Gina, Ani, Hizkia, Naina, Afif, Husayn, Sayu, Ulip dan Tuban Raceway yang senantiasa menghadirkan dukungan, doa, dan semangat dalam setiap langkah. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada seluruh teman seperjuangan di Program Studi Manajemen, rekan organisasi, serta semua pihak yang telah memberikan bantuan dan kebersamaan yang berarti selama perjalanan ini.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menjadi tambahan referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, serta memberikan kontribusi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Bogor, Juli 2026

*Irma Sulastri*



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University  
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

## DAFTAR ISI

|                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| DAFTAR TABEL                                                                     | xiv |
| DAFTAR GAMBAR                                                                    | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN                                                                  | xv  |
| I PENDAHULUAN                                                                    | 1   |
| 1.1 Latar Belakang                                                               | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah                                                              | 7   |
| 1.3 Tujuan                                                                       | 8   |
| 1.4 Manfaat                                                                      | 8   |
| 1.5 Ruang Lingkup                                                                | 8   |
| II TINJAUAN PUSTAKA                                                              | 10  |
| 2.1 Manajemen Pemasaran                                                          | 10  |
| 2.2 Teori S-O-R ( <i>Stimulus-Organism-Response</i> )                            | 10  |
| 2.3 <i>Green Product</i>                                                         | 11  |
| 2.4 <i>Price Perception</i>                                                      | 12  |
| 2.5 <i>Perceived Value</i>                                                       | 13  |
| 2.6 <i>Purchase Decision</i>                                                     | 14  |
| 2.7 Penelitian Terdahulu                                                         | 15  |
| 2.8 Hipotesis Penelitian                                                         | 17  |
| III METODE                                                                       | 20  |
| 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian                                                | 20  |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian                                                  | 21  |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data                                                        | 21  |
| 3.4 Metode Penarikan Sampel                                                      | 22  |
| 3.5 Skala Pengukuran Variabel                                                    | 23  |
| 3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data                                          | 24  |
| 3.7 Analisis Deskriptif                                                          | 25  |
| 3.8 <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Squares</i> (SEM-PLS)          | 26  |
| 3.9 Variabel Operasional                                                         | 28  |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN                                                          | 30  |
| 4.1 Gambaran Umum <i>Skincare</i> Ramah Lingkungan                               | 30  |
| 4.2 Karakteristik Responden                                                      | 32  |
| 4.3 Analisis Deskriptif                                                          | 35  |
| 4.4 Analisis <i>Structural Equation Modeling-Partial Least Squares</i> (SEM-PLS) | 43  |
| 4.5 Pengujian Hipotesis                                                          | 50  |
| 4.6 Implikasi Manajerial                                                         | 56  |
| V SIMPULAN DAN SARAN                                                             | 62  |
| 5.1 Simpulan                                                                     | 62  |
| 5.2 Saran                                                                        | 62  |
| DAFTAR PUSTAKA                                                                   | 64  |
| LAMPIRAN                                                                         | 73  |

## DAFTAR TABEL

|    |                                                                    |    |
|----|--------------------------------------------------------------------|----|
| 1  | Penelitian terdahulu                                               | 15 |
| 2  | Proporsi responden berdasarkan wilayah di Jabodetabek              | 23 |
| 3  | Pembobotan skala Likert                                            | 23 |
| 4  | Rentang skala analisis deskriptif                                  | 25 |
| 5  | Evaluasi model pengukuran <i>outer model</i>                       | 26 |
| 6  | Model pengukuran <i>inner model</i>                                | 27 |
| 7  | Variabel operasional                                               | 28 |
| 8  | Label dan sertifikasi pada produk <i>skincare</i> ramah lingkungan | 30 |
| 9  | Penerapan ramah lingkungan pada <i>skincare</i>                    | 31 |
| 10 | Karakteristik responden                                            | 32 |
| 11 | Karakteristik pengguna <i>skincare</i>                             | 34 |
| 12 | Analisis deskriptif variabel <i>green product</i>                  | 36 |
| 13 | Analisis deskriptif variabel <i>price perception</i>               | 37 |
| 14 | Analisis deskriptif variabel <i>perceived value</i>                | 39 |
| 15 | Analisis deskriptif variabel <i>purchase decision</i>              | 40 |
| 16 | Nilai <i>average variance extracted</i> (AVE)                      | 45 |
| 17 | Nilai <i>heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT)                    | 46 |
| 18 | Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>     | 47 |
| 19 | Nilai VIF variabel                                                 | 49 |
| 20 | Hasil evaluasi kekuatan penjelasan model                           | 49 |
| 21 | Uji hipotesis <i>direct effect</i>                                 | 50 |
| 22 | Uji hipotesis <i>indirect effect</i>                               | 50 |
| 23 | Implikasi manajerial                                               | 57 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |                                                                                            |    |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 | Proyeksi pasar BPC dan <i>skincare</i> Indonesia (2023-2028)                               | 1  |
| 2 | Merek <i>skincare</i> dengan pangsa pasar terbesar di Shopee Indonesia pada Kuartal I 2025 | 2  |
| 3 | Tingkat kesadaran konsumen Indonesia terhadap label ran lingkungan                         |    |
| 4 | Komposisi penduduk Indonesia pada tahun 2025                                               | 4  |
| 5 | Analisis bibliometrik                                                                      | 6  |
| 6 | Model penelitian                                                                           | 18 |
| 7 | Kerangka pemikiran penelitian                                                              | 20 |

|    |                                        |    |
|----|----------------------------------------|----|
| 8  | <i>Radar chart</i> variabel penelitian | 42 |
| 9  | Model penelitian awal                  | 44 |
| 10 | Model penelitian akhir                 | 45 |
| 11 | Hasil uji <i>bootstrapping</i>         | 48 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|   |                                             |    |
|---|---------------------------------------------|----|
| 1 | Hasil uji validitas instrumen penelitian    | 74 |
| 2 | Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian | 75 |

